FITXA IDENTIFICATIVA

DADES DE L'ASSIGNATURA

Codi: 36644
Nom: Comunicació política i opinió pública
Cicle: Grau / Màster Universitari Oficial
Crèdits ECTS: 6
Curs acadèmic: 2026-27

TITULACIONS

Titulació	Centre	Curs	Periode
1334 - Grau en Periodisme	Facultat de Filologia, Traducció i Comunicació	4	Primer quadrimestre
2239 - M.U. en Nous Periodismes, Comunicació Política i Societat del Coneixement	Facultat de Filologia, Traducció i Comunicació	1	Primer quadrimestre

MATÈRIES

Titulació	Matèria	Caràcter
1334 - Grau en Periodisme	Evolució del periodisme i de la comunicació	OBLIGATÒRIA
2239 - M.U. en Nous Periodismes, Comunicació Política i Societat del Coneixement	Complements de Formació	OPTATIVA

COORDINACIÓ

LOPEZ GARCIA GUILLERMO

RESUM

Aquesta assignatura explica a l'estudiantat quines són les característiques i funcions socials de l'opinió pública i de la comunicació política, en tant que espai específic de desenvolupament de l'opinió pública en les seues diverses representacions. Es tracta d'un mòdul teòric / pràctic que complementa les explicacions teòriques amb la realització de diverses activitats pràctiques.

Comunicació Política i Opinió Pública es relaciona directament amb els Objectius de Desenvolupament Sostenible, en concret amb l'ODS 16 (Pau, justícia i institucions sòlides) i l'ODS 4 (Educació de qualitat), però també amb l'ODS 5 (Igualtat de gènere), l'ODS 10 (Reducció de les desigualtats) i l'ODS 17 (Aliances per a aconseguir els objectius). En fomentar el pensament crític, la participació ciutadana i la transparència mitjançant l'anàlisi i la pràctica de la comunicació política, aquesta assignatura contribueix al desenvolupament de societats més justes, informades i inclusives. A més, en estudiar com es forma i expressa l'opinió pública, s'impulsa una ciutadania activa, compromesa amb l'equitat, la diversitat i els reptes globals.

CONEIXEMENTS PREVIS

RELACIÓ AMB ALTRES ASSIGNATURES DE LA MATEIXA TITULACIÓ

No s'ha especificat restriccions de matrícula amb altres assignatures del pla d'estudis.

ALTRES TIPUS DE REQUISITS

No s'han especificat restriccions de matrícula amb altres assignatures del pla d'estudis.

Per al màxim aprofitament de l'assignatura, és recomanable que l'estudiant posseïsca una formació sòlida en els camps de la Història, Teoria i Estructura de la Comunicació. Així mateix, és convenient que l'estudiant estiga al corrent de l'actualitat política i dels assumptes de discussió pública més rellevants.

COMPETÈNCIES / RESULTATS D' APRENENTATGE

1334 - Grau en Periodisme

Capacitat i habilitat d'exposar raonadament idees, a partir dels fonaments de la retòrica i de l'argumentació, així com de les tècniques comunicatives aplicades a la persuasió.

Capacitat per a buscar, seleccionar, llegir, interpretar i analitzar textos i documents tant escrits com audiovisuals (capacitat analítica, sintètica i crítica) .

Conéixer els aspectes socials, històrics, econòmics i culturals dels contextos propis i aliens rellevants.

Que els estudiants hagen demostrat posseir i comprendre coneixements en una àrea d'estudi que parteix de la base de l'educació secundària general, i se sol trobar a un nivell que, si bé es recolza en llibres de text avançats, inclou també alguns aspectes que impliquen coneixements procedents de l'avantguarda del seu camp d'estudi

Que els estudiants manifesten respecte solidari per les diferents persones i pobles del planeta, així com coneixement dels grans corrents culturals en relació amb els valors individuals i col·lectius i respecte pels drets humans.

Que els estudiants siguen capaços de treballar en equip, de comunicar les pròpies idees i d'integrar-se en projectes comuns destinats a l'obtenció de resultats.

Que els estudiants tinguen capacitat d'adaptació als canvis tecnològics i sociolaborals.

Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio

Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética

DESCRIPCIÓ DE CONTINGUTS

1. Debat i presa de decisions en l'espai públic

- Què és l'opinió pública?
- Espai públic i esfera pública
- Els actors de la comunicació política
- El context històric del procés de comunicació política

2. Teories de l'opinió pública

- Antecedents històrics
- El model clàssic de l'opinió pública
- Crítiques al model clàssic: *Habermas i *Noelle-*Neumann
- Teories contemporànies

3. Representacions de l'opinió pública: partits polítics, mitjans de comunicació, enquestes d'opinió, manifestacions socials

- L'americanització de la política i els sistemes de representació
- Els mitjans de comunicació i la mediatització de la política
- Internet i el públic digital

4. Processos electorals i estratègies de comunicació política mediada

- El context: el sistema electoral i la tradició política
- La campanya de partits i candidats
- La campanya en els mitjans de comunicació
- Els punts focals de la campanya

5. Aplicació de les noves TIC i canvis polítics, mediàtics i socials

- L'efecte News Find Me i els evitadors de notícies
- Comunicació política i cultura pop
- Pànics morals i dimonis populars en la comunicació política i l'opinió pública.

Aquest pla de continguts es plasmarà en els següents resultats d'aprenentatge:

- Distingir críticament entre els diferents discursos periodístics i la seua relació amb els discursos culturals/polítics hegemònics contemporanis.

- Associar vincles entre els temes rellevants d'interpretació historiogràfica i els debats periodístics contemporanis.

VOLUM DE TREBALL (HORES)

ACTIVITATS PRESENCIALS

Activitat	Hores
Teoria	60,00
Total hores	**60,00**

ACTIVITATS NO PRESENCIALS

Activitat	Hores
Assistència a altres activitats	0,00
Elaboració de treballs individuals o en grup	35,00
Estudi i treball autònom	7,00
Preparació de classes	40,00
Preparació d'activitats d'avaluació	3,00
Resolució de casos pràctics	5,00
Total hores	**90,00**

METODOLOGIA DOCENT

- Classes teòriques (magistrals o expositives amb presentació de l'alumnat)

- Seminaris i tallers

- Estudi i treball autònom individual

- Classes de debat

AVALUACIÓ

El sistema general de qualificacions seguirà la normativa de la Universitat de València aprovada pel Consell de Govern del dia 30 de maig de 2017. ACGUV 108/2017.

Primera convocatòria

Se seguiran dos criteris d'avaluació:

1) Examen teòric (50%). Examen referit als continguts teòrics de l'assignatura.

2) Treball individual (50%). Desenvolupament de pràctiques, resums i valoració crítica, elaborats per l'alumne a partir dels continguts de caràcter pràctic que setmanalment s'analitzaran en l'assignatura.

Per a aprovar l'assignatura és necessari obtindre almenys una qualificació mínima del 50% en cadascun dels criteris d'avaluació.

Segona convocatòria

La segona convocatòria segueix el mateix esquema que la primera. L'examen repeteix la mateixa estructura i, de la mateixa manera, els estudiants que hagen suspés o no entregat el treball individual en la primera convocatòria l'han d'entregar en la segona.

Tant en l'examen com en els exercicis pràctics s'exigirà correcció ortogràfica i gramatical. Cada falta d'ortografia, ortotipografia o expressió comportarà una reducció de la qualificació obtinguda, que pot arribar fins al suspens.

Honestedat acadèmica

L'honestedat intel·lectual és vital en les comunitats acadèmiques, i per a la justa avaluació del treball de l'estudiantat. Tots els treballs presentats en aquest curs han de ser d'autoria original. No s'admetran treballs en els quals es faça ús de col·laboració fraudulenta, segons el "Protocol d'actuació davant pràctiques fraudulentes de la Universitat de València" aprovat pel Consell de Govern de 14 de juliol de 2020. ACGIV 123/2020. La utilització d'eines d'intel·ligència artificial s'adequarà al que es disposa en la "Guia d'actuació per a l'ús responsable de la intel·ligència artificial (IA) en les activitats docents i d'avaluació a la Universitat de València" o normativa que la substituïsca.

BIBLIOGRAFIA

Bàsiques

Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Alianza Editorial.

Cohen, S., & Boschiroli, V. de los Ángeles (2017). *Demonios populares y "pánicos morales": delincuencia juvenil, subculturas, vandalismo, drogas y violencia*. Gedisa.

Crespi, I. (2000). *El proceso de opinión pública*. Ariel.

Dader, J. L. (1992). *El periodista en el espacio público*. Bosch.

Grossi, G. (2007). *La opinión pública. Teoría del campo demoscópico*. CIS.

Habermas, J. (1997). *Historia y crítica de la opinión pública*. Gustavo Gili.

López García, G. (2004). *Comunicación electoral y formación de la opinión pública*. Servei de Publicacions de la Universitat de València.

López García, G., Gamir Ríos, J., & Valera Ordaz, L. (2018). *Comunicación política: teorías y enfoques*. Síntesis.

Mazzoleni, G. (Ed.). (2024). *Introducción a la comunicación política*. Alianza Editorial.

Sampedro, V. (2023). *Teorías de la comunicación y el poder. Opinión pública y pseudocracia*. Akal.

Complementàries

Berrocal, S. (Coord.). (2003). *Comunicación política en televisión y nuevos medios*. Ariel.

Böckelmann, F. (1983). *Formación y funciones sociales de la opinión pública*. Gustavo Gili.

Casero, A. (2009). *La construcción mediática de las crisis políticas*. Fragua.

Castells, M. (2012). *Redes de indignación y esperanza*. Alianza Editorial.

Chadwick, A. (2013). *The hybrid media system: Politics and power*. Oxford University Press.

Habermas, J. (1998). *Teoría de la acción comunicativa* (Vols. I y II). Taurus.

Hall, S., Critcher, C., Jefferson, T., Clarke, J., & Roberts, B. (1978). *Policing the crisis: Mugging, the state, and law and order*. McMillan Press.

Hallin, D., & Mancini, P. (2008). *Sistemas mediáticos comparados. Tres modelos de relación entre los medios de comunicación y la política*. Hacer Editorial.

López García, G., & Campos-Domínguez, E. (Eds.). (2021). *Redes en campaña. Liderazgos y mensajes en las elecciones de 2019*. Comunicación Social.

López-García, G., Palau-Sampio, D., Palomo, B., Campos-Domínguez, E., & Masip, P. (Eds.). (2021). *Politics of disinformation: The influence of fake news on public sphere*. John Wiley & Sons.

Pérez, F. (Dir.). (2023). *Los medios de comunicación en la era digital*. Fundación BBVA.

Sampedro, V. (Ed.). (2005). *13-M. Multitudes online*. Libros de la Catarata.